

ELS PARCS CULTURALS DE L'ARAGÓ I LES TERRES DEL GAIÀ

*Jordi Suñé Morales**

1. TERRES ENTRE METRÒPOLIS

Els municipis de l'entorn del riu Gaià estan ubicats entre dues grans metròpolis, Tarragona i Barcelona, en constant creixement. El model urbanístic desenvolupat en els darrers anys s'ha caracteritzat per l'ús extensiu del territori. El resultat ha estat un canvi en el paisatge i una dependència econòmica respecte a la construcció. La crisi econòmica i la necessitat de garantir una economia diversificada que permeti un desenvolupament sostenible del territori fa que a les Terres del Gaià s'estigui obrint un debat per tal de cercar la millor fórmula. Es parla de Parc Natural i també ha sortit el concepte de Parc Agrari. Però existeixen altres fórmules de coordinació?

Amb un primer cop d'ull podem trobar experiències ben interessants com la Taula del Sénia o la iniciatives de "subcomarques" com el Lluçanès, el Moianès o l'Alt Anoia.¹ També hi ha els Parcs Culturals de l'Aragó, que van ser esmentats en algun dels primers Fòrums per les Terres del Gaià. És aquesta darrera proposta la que analitzaré tot repassant les seves principals tasques i els seus resultats a partir del cas concret del Parque Cultural del Río Vero.²

* El meu agraïment a Pau Plana Parés i Jordi Roig Morera per la informació facilitada i al professor Agustí Andreu Tomàs (URV) pels textos recomanats a l'assignatura *Patrimoni etnològic i nova museologia*.

¹ www.tauladelsenia.org, <http://consorci.llucanes.cat>, www.moianes.com i www.altaanoia.info.

² www.parqueculturalriovero.com.

2. PATRIMONI, PLANIFICACIÓ I DESENVOLUPAMENT

Un dels recursos que s'estan emprant per tal de dinamitzar els territoris és l'ús del patrimoni natural i cultural. Es tracta d'un reclam turístic que serveix per a gestionar el paisatge i que alhora genera qualitat de vida per als seus ciutadans. Aquest tipus de gestió intenta situar el mateix territori en el mapa turístic. Es tracta, quasi sempre, de destacar algun tret cultural, econòmic, ecològic o gastronòmic característic que es diferenciï de la resta i que aixequi la curiositat —l'historiador Bertram Gordon diu que el turisme, el fet de viatjar, no només es fa per oci sinó també per guarir la curiositat—. ³

I per a despertar la curiositat cal oferir alguna cosa diferent, que no desbordi el turista, però que permeti triar entre diferents opcions: El turisme és una resposta "al estrés y a la uniformidad de la vida urbana", remarca l'antropòleg Agustín Santana. ⁴ Per a l'economista i responsable del Pla Estratègic Turisme de Catalunya, Francesc Iglésies, la comercialització d'una marca o d'una identitat és l'oferta d'un producte diferenciat el qual permet un punt de partida molt bo per a l'empresa turística. ⁵

Per tant, cal oferir originalitat deixant clar quins són els productes a triar. En el mateix sentit, d'uns anys ençà, el turisme es comença a organitzar en base a les premisses de la sostenibilitat, tal i com marquen les diferents convencions internacionals promogudes des de la dècada de 1970 fins ara. ⁶ Precisament un dels fonaments esmentats al Pla de

³ L'historiador B. Gordon parla del turisme com la "curiositat en moviment". Bertram GORDON, "Passat, present i futur del turisme. Curiositat en moviment", *DECIDOB*, núm. 93, primavera de 2005, pàg. 4.

⁴ Agustín SANTANA (1997), *Antropología y turismo ¿Nuevas bordas, viejas culturas?*, Barcelona, Ariel Antropología, p. 30.

⁵ Francesc IGLESIES, "Identitat i turisme: l'aliança estratègica", *Eines*, núm. 3, hivern 2008, p. 133.

⁶ A partir de la "Cimera de la Terra" a Rio de Janeiro de l'any 1992, tres entitats (World Travel & Tourism Council —WTT—, la World Tourism Organization i el Consell de la Terra) es van unir per traduir l'Agenda 21 a un programa d'acció pel turisme. Aquest programa inclou punts com "El turismo debe basarse en modelos sostenibles de producción y consumo" o "La protección ambiental debe constituir una parte integral del proceso de desarrollo turístico". L'any 1993 es va celebrar la Conferència Euromediterrània sobre Turisme i Desenvolupament Sostenible i va ser a partir de llavors que es va començar a desenvolupar l'Agenda 21 a la zona. El mateix any, l'Organització Mundial de Turisme (OMT) va definir el concepte de "Turisme sostenible" en el document *Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects*. L'any 1994 l'OMT va fer públic que considerava fonamental que els centres turístics implantessin l'Agenda 21 amb els següents requisits: minimització dels residus, conservació i gestió de l'energia, gestió del recurs de l'aigua, control de les substàncies perilloses, planificació de l'urbanisme i la gestió del sòl, compromís mediambiental dels polítics i dels ciutadans, disseny de programes per a la sostenibilitat i col·laboració per al desenvolupament del turisme sostenible. L'any 1995 va tenir lloc a Lanzarote la Conferència Mundial de Turisme Sostenible (UNESCO). En aquesta trobada es va elaborar la Carta del Turisme Sostenible, que va refermar la consciència de que "la realidad del turismo como fenómeno de alcance mundial [...] implica las más altas y profundas aspiraciones de los pueblos, constituyendo un importante elemento para el desarrollo social, económico y político en muchos países". El 1997 es va fer la Conferència Internacional de Ministres sobre Biodiversitat i Turisme tot aprovant la Declaració de Berlín, que incloïa punts com aquest: "Las actividades turísticas deben ser sostenibles ambiental, económica, social y culturalmente. El desarrollo y la gestión de las actividades turísticas debe guiarse por los objetivos, principios y compromisos establecidos en la Convención sobre la Diversidad Biológica."

Foment de Turisme per als municipis del Baix Gaià 2008-2011 és el foment del turisme sostenible.

Més enllà del turisme, el patrimoni és un element identitari que pot crear cohesió social i ser un element d'integració per als nouvinguts. S'entén, doncs, que el patrimoni té un caràcter simbòlic i que representa una identitat. Tal i com indica Llorenç Prat, el símbol té una gran "capacidad para expresar de una forma sintética emocionalmente efectiva una relación entre ideas y valores".⁷

Atesa la importància, econòmica i social, de les activacions patrimonials, cal anar amb molta cura a l'hora d'actuar. Cal consens entre els diferents sectors socials, econòmics i polítics. Agustín Santana assenyalà:

Para ello es necesario un conocimiento exhaustivo, además de las características socioeconómicas, culturales y de expectativas de los visitantes, de la población residente en el área, incluyendo variables como estructura demográfica y social, organizaciones formales e informales, modos de vida, etc., pudiendo de esta forma, de una parte, evitar rechazos y antagonismos o la creación de grupos anti-turismo y, de otra, ofrecer a los residentes fórmulas para un desarrollo integral, que no olvide sus aspectos identitarios.⁸

Cal un pla d'actuació que no deixi abandonat l'element activat al cap de poc temps. I cal cercar les mesures adients per evitar el turisme massiu que espatlli irreversiblement el patrimoni.

La importància del consens es veu augmentada pel fet que la identitat és una construcció social i, com a tal, és un fet dinàmic i, cada vegada més, múltiple.⁹ Malgrat que aquest consens no pot cercar la neutralitat —cap activació patrimonial és neutra— sí que podrà assegurar un element enriquidor per als habitants i un atractiu per als visitants.

Són diverses les experiències que parlen de la importància del consens amb els habitants.¹⁰

Les activacions, les rutes i el conjunt de mesures per dinamitzar el territori a partir d'elements patrimonials han d'estar al servei de la societat i del seu desenvolupament. Les administracions han de liderar el projecte per tal de garantir un atractiu més del qual es beneficiarà directament i indirectament el conjunt econòmic de la zona. Tanmateix el destí turístic

⁷ Llorenç PRATS (2004), *Antropología y patrimonio*, Barcelona, Ariel Antropología, segona edició, p. 27.

⁸ Agustín SANTANA, *Antropología y turismo ¿Nuevas bordas, viejas culturas?*, p. 57.

⁹ Zygmunt BAUMAN (1999), *La globalización. Consecuencias humanas*, Mèxic, DF, Fondo de Cultura Económica.

¹⁰ G.H. RIVIERE (1993), *La museología*, Madrid, Akal, p. 402-405. Josep Manuel RUEDA I TORRES, "Població autòctona i protecció d'espais naturals", *Medi Ambient. Tecnologia i Cultura* (es pot consultar a internet: www.gencat.net/mediamb/revista/rev23-5.htm) i altres.

guanya prestigi i les empreses tenen un atractiu més —gratuït per a elles— per a oferir. Les experiències en aquest camp són molt il·lustratives.¹¹

Per a l'antropòleg Manuel Miró es tracta d'una "demanda social de uso del patrimonio y a la necesidad de cada territorio de posicionarse frente a sus competidores".¹² Per a l'antropòleg Ismael Vaccaro els pobles que organitzen activitats relacionades amb el seu patrimoni històric "están reorganizando su pasado para cubrir necesidades del presente para crear expectativas para el futuro".¹³ Estaríem parlant, doncs, que per existir en el mapa turístic cal fer-se un nom, cal tenir activades una sèrie de propostes que donin a conèixer el territori. Per afrontar aquest repte caldrà planificar "a partir de la participación de los agentes del sector público y privado del territorio, con el apoyo de la administración supramunicipal".¹⁴

Per a Josep Ballart i J. Juan es tracta de crear noves fórmules "per a la valoració i el gaudi del patrimoni, que ha esdevingut argument per a un desenvolupament econòmic i social i per a una lluita identitària i de combat per a una existència millor".¹⁵

Des de l'antropologia s'han estudiat els efectes del turisme en l'entorn receptor. La conclusió és que sempre aquest fenomen deixa una empremta que fa canviar la cultura receptora.¹⁶ Malgrat aquesta modificació, cal tenir present que la no actuació en el territori tampoc impedeix que la cultura de la zona canviï. Per tant, es proposa una activació consensuada que atraurà turisme i que ajudarà a desenvolupar el territori però que modificarà, en part, el dia a dia dels municipis afectats. Es tracta, doncs d'un canvi consensuat que no deixarà a la deriva el futur del conjunt de municipis.

3. PARQUE CULTURAL

El Parque Cultural és una figura de protecció i de promoció d'un territori que posseeix un patrimoni cultural integrat en un marc geogràfic que té un valor paisatgístic o ecològic. Aquesta figura va ser creada amb la Ley 12/1997, de 3 de desembre, del Govern d'Aragó.¹⁷ Fins a la data s'han constituït cinc Parcs: San Juan de la Peña, Río Vero, Río Martín, Maestrat i Albarrasí.¹⁸

¹¹ "Especial Ecomuseu" (1993), *Àrnica*, Consell Cultural de les Valls d'Àneu.

¹² Manel MIRÓ I ALAIX, "Interpretación, identidad y territorio. Una reflexión sobre el uso del patrimonio", *PH*, 18, març 1997, p. 33.

¹³ Ismael VACCARO (2006), "Valles postindustriales", Joan FRIGOLÉ i Xavier ROIGÉ (coord.), *Globalización y localidad. Perspectiva etnográfica*, Barcelona, UB, p. 83.

¹⁴ Josep BALLART i Jordi JUAN (2001), *Gestión del patrimonio cultural*, Barcelona, Ariel, 2001, pàg. 214. Agustí Andreu referma aquesta idea d'"empresa col·lectiva": "creemos que es fundamental de la participación de los agentes e instituciones locales". Agustí ANDREU I TOMÀS (2007), "Más allá del museo. Las activaciones económicas del patrimonio: de los parques naturales a las fiestas temáticas", Iñaqi ARRIETA (ed.), *Patrimonios culturales y museos: más allá de la historia y del arte*, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, p. 76.

¹⁵ Dolors LLOPART (1987), "Patrimoni etnològic versus museus etnològics", *Aixa*, núm. 6, p. 13.

¹⁶ Agustín SANTANA, *Antropología y turismo ¿Nuevas bordas, viejas culturas?*, p. 27.

¹⁷ www.pasapues.es/naturalezadearagon/legislacion/ley12-1997-parquesculturales.php.

¹⁸ www.aragob.es/edycul/patrimo/parques/parques.htm.

□ Figura 1:
Panell informatiu
del patrimoni
arquitectònic lligat
al riu.



Els mitjans per aconseguir el desenvolupament sostenible i l'equilibri territorial dels municipis inclosos dins els parcs són:

- Actuacions coordinades d'administracions, entitats i particulars.
- Promoció de les activitats culturals.
- Foment de l'activitat econòmica, turisme rural, infraestructures i equipaments.
- Gestió dels espais naturals.
- Promoció de la investigació.
- Promoció del coneixement i de la difusió turística.
- Planificació dels usos del sòl.

3.1. COM ES DECLARA UN TERRITORI PARQUE CULTURAL?

1. Es presenta un projecte al Departament de Cultura amb una proposta de delimitació i una enumeració d'espais, edificis, elements i paisatges que necessitin ser protegits.
2. L'administració passa a notificar als particulars afectats i als ajuntaments.
3. Mentre dura el procés de validació o de rebuig de la proposta, que no pot durar més de 24 mesos, tots els elements proposats per a ser activats restaran protegits provisionalment.
4. L'expedient tindrà un període d'informació pública i es faran reunions amb els ajuntaments. L'expedient inclourà informes tècnics i almenys l'informe favorable de dues institucions consultives en matèria de patrimoni cultural, entre les quals no pot faltar la Universidad de Zaragoza.
5. Finalment serà el Govern d'Aragó qui, a proposta del Departament d'Educació i Cultura, faci efectiva la declaració de Parque Cultural.

3.2. COM ES GESTIONA?

S'elabora un Pla del Parc que inclou la definició, la planificació, les accions de conservació, de foment, un estudi economicofinancer i catàlegs de patrimoni.

Els òrgans gestors són el Consell Rector i la Gerència.

El Patronat serà un òrgan consultiu i de participació compost per representants municipals, del govern d'Aragó, d'associacions, de cambres de comerç, d'organitzacions de pagesos, d'empresaris, etc.

El Consell Rector és format per set membres: representants del Govern d'Aragó, de les entitats locals i el Gerent del Parc. El Consell redacta el Pla del Parc, seguint les directius del Patronat, aprova el pressupost, nomena el personal, informa les administracions.

La gerència del Parc serà nomenat pel Conseller d'Educació i Cultura a proposta del Patronat. Les seves tasques seran la gestió del Parc, la redacció del Pla Anual d'Activitats.



□ Figura 2: Itinerari senyalat a la vora del Río Vero.

3.3. FINANÇAMENT

Els ajuntaments i el Govern d'Aragó són els encarregats de finançar les accions del Pla del Parc tot cercant ingressos extraordinaris procedents de l'Estat, la Unió Europea i institucions privades.

3.4. ALTRES

En el cas que les accions del Pla del Parc limitin "el ejercicio de derechos de propiedad de particulares" l'administració del Parc establirà diferents compensacions econòmiques.

La declaració de Parc Cultural és compatible amb els Espais d'Interès Natural i s'intentarà la seva coordinació.

4. PARQUE CULTURAL DEL RÍO VERO

El Parque Cultural del Río Vero està ubicat al peu de la Sierra de Guara, a la província d'Osca, dins la comarca del Somontano—excepte un poble que és del Sobrarbe. Té Barbastre com porta d'entrada i ciutat més gran. El riu és l'eix vertebrador dels municipis inclosos dins el Parc: Bárca-bo, Alquézar, Colungo, Adahuesca, Santa María de Dulcis, Pozán de Vero, Azara, Castilla-zuelo i Barbastre. Part del Parc és inclòs dins l'Espai Natural de la Sierra y Cañones de Guara.

□ Figura 3:
Col·legiata de
Santa María
Mayor d'Alquézar.



4.1. QUINS SÓN ELS ATRACTIUS DEL PARC?

- El paisatge natural.
- El patrimoni arquitectònic.
- El riu.
- La Sierra de Guara.
- El vi.
- Els centres d'interpretació (Art Rupestre a Colungo, col·legiata d'Alquézar, etc.).
- Els jaciments arqueològics i l'art rupestre.
- L'oferta d'hotels, càmpings, turisme rural i restaurants.
- La senyalització, els miradors, els panells informatius.
- Les empreses que gestionen el barranquisme.

4.2. QUINS BENEFICIS HAN OBTINGUT AQUESTS MUNICIPIS?

- S'ha protegit el paisatge i el patrimoni arquitectònic.
- S'ha investigat i s'ha difós els resultats.

- S'ha diversificat l'economia: s'han obert restaurants, hotels, etc.
- S'han arranjat zones verdes, places, etc.
- S'han incrementat els visitants.
- S'han creat nous llocs de treball. Hi ha joves que han tornat als pobles després d'anys d'èxode a les capitals.
- S'ha format els seus joves amb cursos com ara els tallers de restauració amb finançament del Parc, el govern de la comunitat i la Unió Europea.

4.3. ALGUNES CLAUS DE L'ÈXIT

- El Parque Cultural neix després de molts anys de treballs previs.
- El treball mancomanat aglutina diferents administracions, diferents sectors socials i l'àmbit científic.
- Els principals beneficiats del Parc són els veïns mateix dels municipis afectats (llocs de treball, espais de lleure, autoestima, etc.).
- Col·laboració amb entitats privades. El llibre-guia del parc, per exemple, està editat per la CAI i es ven a un preu molt econòmic.¹⁹
- La difusió a través dels centres d'interpretació, oficines de turisme, visites guiades i material editat divers (tríptics, mapes, etc.).
- La inclusió dels aspectes atractius del conjunt del Somontano —com ho és el vi— i de l'espai natural de la Sierra de Guara —els barrancs, per exemple—.
- Les diferents etiquetes turístiques que se solapen en un mateix territori sumen en l'oferta.



□ Figura 4: Antiga "Plaza Mayor" d'Alquézar.

¹⁹M. Nieves JUSTE ARRUGA [coord.] (2004), *El Parque Cultural del Río Vero*, Saragossa, CAI.

4.4. QUÈ EN PENSEN ELS SEUS HABITANTS?

Quatre línies del diari de camp:

"Amb una simple passejada per la vall hom s'adona de la senyalització unitària dels espais i de l'arranjament dels pobles i de l'entorn. Hi ha molts serveis turístics per a dormir i diversos espais per a interpretar la història, la cultura i l'entorn. L'ambient és relaxat i es veu moviment econòmic. Hi ha molts cotxes de Catalunya i de França. A la porta d'entrada del Parc, Barbastre, hi ha l'Oficina de Turisme, ubicada a l'antic Hospital de San Julián, del segle XIX."

"Funciona bé el parc? La tècnica que atén respon amb sí rotund. S'apropa un empresari del sector que para orella. Demana més inversions en parcs temàtics i menys en restaurar coves amb pintures rupestres."

"La tècnica matisa i reconeix que convé no aturar-se i seguir treballant. Hi ha molta informació i un centre d'interpretació. Al costat hi ha la plaça de braus. És oberta i disposa d'un museu que es pot visitar."

Dos dies després a Colungo, Centre d'Interpretació de l'Art Rupestre: "Els visitants han marxat. Tots eren catalans. Com valoren el funcionament del parc? La tècnica és una jove llicenciada: Hi ha un abans i un després de la creació del parc. Ara els joves retornen als pobles. S'han obert restaurants, cases rurals, s'està investigant. Tot aquest territori s'estava despoblant. Hi ha molta feina per a fer, encara."



□ Figura 5: Pancarta informativa dels tallers per acondicionar el Centre d'Interpretació de Colungo.

5. CONCLUSIONS

- Conèixer l'experiència dels parcs culturals de l'Aragó pot resultar enriquidor per al debat del futur de les Terres del Gaià.²⁰
- Les Terres del Gaià inclouen un conjunt d'elements patrimonials, que van molt més enllà dels valors naturals, que poden ser activats com a atractiu turístic. Cal activar diferents tipus de patrimoni per atendre l'interès de diferents tipus de turisme. Cal oferir activitats de lleure relacionades amb l'esport (senderisme, BTT, regates, hípica, etc.) i la gastronomia (productes autòctons, coordinació de restaurants, etc.).
- La coordinació del conjunt de municipis de les Terres del Gaià i el seu litoral associat no aniria en contra de les diferents marques turístiques ja existents (Costa Daurada, Baix Gaià, etc.).
- Les Terres del Gaià tenen un riu que pot ser l'eix vertebrador d'una iniciativa col·lectiva, que inclogui administracions, entitats i el sector privat, per a relançar econòmicament, d'una manera sostenible i planificada, el conjunt de municipis.
- El conjunt de les Terres del Gaià ha de vetllar pel paisatge perquè és un valor afegit a qualsevol activitat que es vulgui tirar endavant.
- Per a desenvolupar un projecte global per a les Terres del Gaià cal partir del màxim consens possible, il·lusió i professionalitat.
- Cal una bona coordinació entre els municipis. A part de les administracions locals i supramunicipals, les entitats econòmiques i científiques (Universitat, centres d'estudis, etc.) han de jugar un paper molt important.
- Per a vendre un producte cal tenir un nom per a despertar la curiositat. Terres del Gaià és un bon nom.
- Calen espais per a rebre i informar els turistes a tots els pobles.
- Cal una senyalització unitària.
- La rehabilitació d'espais i patrimoni pot permetre crear escoles-taller per aprendre oficis relacionats amb la restauració. De la mateixa manera, si s'opta per un model de desenvolupament que demani diversificar l'economia i no dependre exclusivament de la construcció, s'obriran les portes a nous oficis i noves empreses. La formació, doncs, serà un eix importantíssim.

²⁰ Per a conèixer altres experiències de parc cultural podeu consultar Javier DÍAZ SORO (1999), "El parc cultural del Maestrat: una estratègia de valorització del patrimoni al servei del desenvolupament i la identitat comarcal", *Aixa*, núm. 9, p. 7-21.